

Феномен общественного признания в системе социогенеза

Система социогенеза является предметом изучения различных наук. Согласно классическому определению, социогенез – происхождение и развитие сознания, личности, межличностных отношений, обусловленные особенностями социализации в разных культурах и общественно-экономических формациях [3: 126].

Человек существует в постоянной коммуникации с другими людьми, являясь одновременно субъектом и объектом общественных отношений. Следовательно, изучая его социальные роли, необходимо рассматривать человека не как абстрактную личность, а связывать в социокультурном взаимодействии с людьми, определенной страной и эпохой. Философ Д. Лукач пишет, что человек есть продукт общества и его законов, но и общество является таким, каким оно есть, именно потому, что оно есть общество людей, потому что в нем объединены люди, а не другие существа [1].

С момента своего рождения человек проходит социализацию – процесс усвоения образцов поведения, ценностей, необходимых для успешного функционирования в данном обществе. Ее важнейшими факторами является нахождение индивида в социальной группе, самореализация посредством ее, а также интеграция в более сложные структуры общества. На личность, рассматриваемую с точки зрения социогенеза, действует ряд факторов социокультурной жизни. Речь идет о культурных и социальных ценностях, наделяющих личность индивидуальностью. Находясь в различных социальных группах, личность приобретает определенное социальное положение. Для проведения анализа степени включенности личности в эти группы используют понятия социального статуса и социальной роли.

Учитывая, что социальный статус может определяться престижем, следует отметить роль общества в его формировании. Оно выделяет своим вниманием индивида из общей массы ему подобных, наделяя, таким образом, общественным признанием. Человек становится объектом внимания широкого круга социальных групп.

Общественное признание – проявление общественного мнения, выражающееся в психологической оценке и характеризующее отношение социальных групп к личности или организации. Феномен общественного признания приемлем для всех социальных ролей. Будучи ребенком, индивид получает признание родителей и родственников. Взрослея, приобретает новые социальные статусы и входит в другие социальные группы, где тоже может получить общественное признание. Таким образом, феномен общественного признания присутствует на всех этапах социализации личности и интегрирован в процесс социогенеза.

Обязательными атрибутами общественного признания являются явные и осязаемые признаки индивидуальной исключительности. Индивид, признавая исключительность другого индивида, должен удостовериться в ее явных, индивидуальных признаках, которые могут проявляться в любом виде и во всех сферах жизнедеятельности общества и человека: от одежды до искусства и науки.

Неотделимый от формирования лидерства, феномен общественного признания – исторический процесс, сопутствующий человечеству на всех этапах его развития. Исследования в области антропосоциогенеза дают основания для вывода об эволюции представлений социума и индивида, о формате и механизмах формирования общественного признания. Вместе с тем, в любом случае, независимо от уровня общественного развития, неизменными остаются подсознательные причинно-следственные мотивации, заставляющие индивида искать признание в лице социума. Согласно А. Маслоу, получив поддержку общества, индивид удовлетворяет собственные внутренние потребности, способствующие успешному и качественному становлению личности [2]. Инструментом достижения этого состояния является общественное признание, рассматриваемое в системе социогенеза.

Библиография:

1. Лукач Д. Своеобразие эстетического: в 4 т. М. 1985–1987.
2. Маслоу А. Мотивация и личность. URL: http://royallib.ru/read/maslou_abraham/motivatsiya_i_lichnost
3. Психология развития: словарь / под общей ред. А. В. Петровского. М., 2005.

Плотникова Ульяна

*Уральский федеральный университет имени
первого Президента России Б. Н. Ельцина
Екатеринбург*

Клубная культура как инструмент маркетинга

В условиях современной конкурентной борьбы на рынке товаров и услуг необходимо привлекать новые маркетинговые инструменты. Организации прибегают к различным способам привлечения внимания той или иной аудитории. В рамках данной работы хотелось бы обратить внимание на такой технологически привлекательный инструмент маркетинга, как клубная культура.

По нашему мнению, клубная культура – эффективная форма объединения людей, удовлетворяющая их коммуникативные потребности.

Основоположниками клубной культуры в России стали Санкт-Петербургский Английский клуб (основан в XVIII веке) и Московский Английский клуб (основан в 1770 году), т. к. именно они дали старт вовлечению общественности в группы,